Бойко Ю. П.

**Влияние СМИ на формирование общественного мнения**

Широко известно, что в процессе развития общества происходит формирование норм закона и морали, закладка культуры. А важнейшее составляющее любой культуры – это общественное сознание. Общественные взгляды в большой степени подвержены влиянию извне. К главным факторам, которые способны формировать общественное настроение, можно отнести государство, церковь и СМИ.

Если два первых социальных института начали оказывать влияние на людей очень давно, то средства массовой информации вошли в нашу жизнь сравнительно недавно. Но, несмотря на это, они приобрели необычайное господство над человеческим сознанием. Не зря СМИ называют «четвертой властью».

Общественное мнение присутствует практически во всех сферах жизни общества, но бурное обсуждение сопровождает далеко не каждую тему. Чаще всего в поле зрения общественного мнения попадают лишь те проблемы, события и факты, которые актуальны, вызывают общественный интерес, допускают многозначное толкование, возможность дискуссии. По своей структуре общественное мнение может быть монистичным, единодушным, т.е. тоталитарным, мыслящим лишь по общему шаблону и плюралистичным, состоящим из ряда не совпадающих друг с другом точек зрения.

Формирование общественного мнения используется для эффективного управления обществом. В общественном мнении кроются потребности, интересы общества, поэтому его так важно изучать. В формирование общественного мнения, прежде всего, участвуют различные источники информации (мнения, суждения, убеждения, идеология, равно как и слухи, сплетни, заблуждения), также огромное влияние оказывают СМИ.

Существует множество теорий по влиянию СМИ. Опишем некоторые из них.

*Теория социального научения (social learning threory)*

Этот подход возник из бихевиористской психологии. Люди усваивают модели поведения, глядя, как окружающие ведут себя, затем имитируют их действия. То есть человек привлечён каким-то примером в СМИ, затем просто начинает имитировать его поведение, привычки.

*Теория культивирования (cultivation theory)*

Этот подход использует, как экстенсивное, многократное воздействие СМИ (в первую очередь телевидения) на протяжении продолжительного времени постепенно меняет представление о мире и социальной реальности. Первоначально был разработан Джорджем Гербнером и его коллегами. Одним из основных конструктивных предложений этой теории является унификация, направление различных взглядов людей в одно русло. Наблюдая мир через телеэкран, зрители якобы узнают факты о реальном мире, но это не так, этот мир – иллюзорен. Социальная реальность формируется за счёт унификации, принимает самые разные формы, в частности влияет на представления о гендерных ролях.

*Теории социализации*

Используя подход, имеющий много общего с теорией культивирования, различные теории социализации акцентируют внимание на том, как СМИ своему продолжительному воздействию, становятся источником наших знаний о мире и нашей роли в нём. Учёные утверждают, что в наше время дети быстро социализируются и начинают исполнять взрослые роли намного раньше, чем они это делали задолго до появления телевидения или радио. Происходит гомогенизация стадий развития: дети – ведут себя, как взрослые, а взрослые – как дети. Ван Эвра считает, что совокупное влияние СМИ на детей наиболее велико тогда, когда передачи смотрят в развлекательных целях и когда дети воспринимают их содержание как реалистичное.

С помощью СМИ, в частности формируются вкусы населения, за счёт того, что мы не можем выбирать, что смотреть, мы выбираем лишь из предложенного. Нам предлагают смотреть множество сериалов, мы их смотрим, за счёт того, что там показывают разные человеческие образы, образы жизни, у нас происходит формирование потребностей и стереотипов. По сути, наши потребности становятся навязанными и примитивными. [6]

Общественное мнение в конкретных жизненных ситуациях может варьироваться: оно может содержать в себе как достоверные факты, так и ложные, иллюзорные представления о действительности. Отметим, что существующее в этой сфере положение вещей в России и за рубежом, и та картина, которая подается нам с экранов телевизоров, из Интернета, газет и иных средств массовой информации, – нередко вещи противоположные. Причём факты реального и якобы происходящего настолько разнятся, что человек, обладающий хотя бы средним образованием, без труда это поймёт. У СМИ, как у регулятора общественного сознания, во власти создать свою картину в любой области общественной жизни.

Так, например, взяв очень популярную на Украине газету «Русский Еврей» от 1 октября 2015 г., которая сообщает о том, что Россия направила в Сирию бригаду морской пехоты для наземного наступления, с целью вмешательства России в сирийский конфликт и про разжигание гражданской войны. [1]

И новость с российского информационного портала «Русская служба», где аналитиком Александром Гольцем и политологом Виктором Мизиным даётся совсем иная картина происходящего, которая вовсе не связана с разжиганием конфликтов и войн. А прежде всего, это обусловлено такими причинами, как в определенной степени отвлечение внимания от Донбасса, где, вроде, какие-то подвижки всё-таки идут в сторону умиротворения, разрешения конфликта. Так же Россия закрепляет свои позиции на Ближнем Востоке, которые было потеряла. Сейчас, с приобретением Египта, в определенной степени Саудовской Аравии, Израиля, Сирия всё-таки остается ключевой страной, поэтому режим Асада, - каким бы кровавым мясником его ни называли в Америке, - очень важен. И третья главная причина, Россия, наконец, доказывает, что она реально борется с терроризмом. [2]

Казалось бы, речь идёт об одной и той же ситуации, а как разнятся не только мнения и позиция, но даже факты. В первой новости даны точные и чёткие причины и планы России, при этом не в нашу пользу. Российский же портал даёт куда больше информации, описывая детали и иные, положительные намерения и цели России.

Проанализировав ещё одну статью из газеты «Русский Еврей», которая сообщает о неудачных полётах российских летчиков, бомбящих мимо целей в Сирии примитивными бомбами. А после первого же удара российских ВВС по городу Тель-Биса «Армия свободной Сирии» опубликовала имена 29 убитых мирных жителей, позже число жертв увеличилось.

Президент России Владимир Путин назвал сообщения об убитых женщинах и детях «психологической войной». [3]

И эту же новость, но из российской газеты «Эхо Москвы» от 2 октября 2015 г., которая сообщает лишь об успехах и мощи российских авиагрупп, справившихся со своим боевым заданием. И при этом нет ни единого упоминания о каких-либо жертвах, связанных с военной операцией в Сирии. [4]

Опять же совсем разные точки зрения, которые имеют место быть.

Но помимо различных газет и телевиденья, сейчас свою популярность набирают видеоблогеры, которые так же имеют возможность манипулировать нашим сознанием от области технологий до политики.

Ярким примером политического влияния явился ролик, который был опубликован 26 сентября, в день тишины, а это день накануне дня выборов губернатора в Иркутской области, когда, всё же, законом запрещается предвыборная агитация. Но это никак не помешало Дмитрию Юрьевичу Пучкову, российскому писателю, публицисту, переводчику опубликовать на своём официальном канале, где свыше 680-ти тысяч подписчиков, весьма однобокое видео, которое призывало голосовать за одного из кандидатов, опорочив другого. [5] Как реагировать зрителю на видео столь авторитетного человека? Является ли это проплаченным пиаром или же реальными фактами? Что делать с лживыми журналистами, которые вводят нас в заблуждение?

Одно из решений этой проблемы было сообщено Праютом Чан-Оча таиландским государственным, военным и политическим деятелем, 26 марта на встрече с журналистами он сказал, что собирается просто казнить местных журналистов и репортёров, пишущих «неправду», сообщает Reuters. Где расположены границы «правды» в его понимании, он, к сожалению, так и не пояснил. Конечно, проблема не только во лжи корреспондентов и журналистов. Ведь каждый имеет право на своё толкование ситуации.

Все эти примеры, так или иначе, олицетворяют теорию культивирования, создавая якобы реальную картину происходящего для каждого из нас. Для того чтобы создать единое представление общества по какому-либо вопросу и легче им манипулировать.

Общественное мнение в отношении тех или иных ситуаций может быть как реалистичным, так и иллюзорным – все зависит от того, какая именно информация (предоставленная СМИ) проникла в сознание гражданина и послужила источником того или иного мнения.

Формирование общественного сознания посредством коммуникации с использованием СМИ методов психологического воздействия становится наиболее эффективным и дешевым способом тотального контроля и манипуляции как внутри государства, так и за его пределами. Все зависит от того, кто фактически определяет информационный контент.

У индивидуума есть определенное пространство для независимого формулирования собственного мнения относительно окружающей его действительности – это его культура. По радио, с «голубого экрана» или из Интернета на каждого из нас выливается уйма информации, которую каждый должен, оставаясь рассудительным, фильтровать сам. В данном случае уровень культурного развития человека и следует считать показателем эффективности его защиты от сторонней манипуляции.

**Список литературы**

1 Интернет газета «Русский Еврей» [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: http://rusjev.net/2015/10/01/rossiya-napravila-v-siriyu-brigadu-morskoy-pehotyi-dlya-nazemnogo-nastupleniya/

2 Интернет газета «Русская служба» [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: http://www.bbc.com/russian/international/2015/10/151002\_5floor\_russia\_usa\_pr xy\_war

3 Интернет газета «Русский Еврей» [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: http://rusjev.net/2015/10/02/minoboronyi-rf-pokazalo-kak-rossiyskie-letchiki-bombyat-mimo-tseley-v-sirii-primitivnyimi-bombami/

4 Сайт московской радиостанции «Эхо Москвы» [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <http://m.echo.msk.ru/blogs/detail.php?ID=1633298>

1. Видеохостинг «YouTube» [Электронный ресурс].- Режим доступа URL: <https://www.youtube.com/watch?v=bR0EJhZcZf8>
2. Харрис Р. «Психология массовой коммуникации». – Спб ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2003.- 448 с.